

Abstract

The specific objectives of this investigation were to 1) determine system of production and system of marketing in duck raising under contract farming system, 2) examine strength points, weakness points, constraints, and recommendations in order to improve production aspects and marketing channels under contract farming system, and 3) formulate duck raising development models for contract farming system. The research methodology was done by gathering and upgrading concerns information and in-depth interview with stakeholders in duck raising business under contract farming system in eastern and western areas, Thailand.

The finding revealed that duck raising under contract farming system in Thailand was oligopsony market and there were 3 patterns of marketing channels including vertical business promotion group, contract farming towards price guarantee group, and contract farming towards hired feed group. In duck business under contract farming system for a party to the contract between small raisings and buyers or employers, it was found that there were 3 buyers including private companies, independent duck raisings, and agent raisings towards 2 marketing channels including price guarantee and hired feed. Both two channels were found in private companies and independent duck raisings and only price guarantee was found in agent raisings. Production and marketing channels structure under contract farming of private companies accounting for 30 percent were operated by their own, and the rest, 70 percent were under contract. In addition, private companies under contract farming accounting for 40 percent were small raisings, the rest were agent raisings accounting for 30 percent. Appropriate guarantee price for the parties was 45-47 baht per kilogram. In term of independent duck raisings accounting for 40 percent were operated by their own, and the rest, 60 percent were under contract. Appropriate guarantee price was 53-56 baht per kilogram. For agent raisings, there were 2 steps of contract farming. The first channel was between agent raisings and input companies. The rest channel was price guarantee between agent raisings and small raisings. Appropriate price guarantee for small raisings was 50-55 baht per kilogram. Appropriate price for hired feed for each duck was at least 10 baht. Most benefit for contract farmers were less risk in marketing and price, because of available price guarantee all year round and available technical recommendations towards farm standardization. On the other hand, most weakness points were more risk in investment and limitation return. Most benefit for a buyer to the contract was accessed to production planning and save cost. Most constraints in production aspect under contract farming was high cost while in marketing aspect was lack of intervention program from concerned agencies. Recommendations for small raisings were to provide 1) financial support in investment, 2) farm standardization promotion, 3) feed stuffs promotion by using local raw materials, 4) group building for bargaining, and 5) cluster working promotion among small raisings. Recommendations for buyers for concerned agencies were to provide 1) research and development to less cost and less input import, 2) one stop services and prompt solutions, 3) feed stuffs at real price control, 4) feed stuffs tax reduction, 5) raw material export reduction, and 6) animal movement red tape reduction

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อ 1) ศึกษากระบวนการผลิตและระบบการตลาดเปิดเนื้อภายใต้ตลาดข้อตกลง 2) ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และแนวทางการพัฒนาวิธีการผลิต และวิธีการตลาดเปิดเนื้อภายใต้ตลาดข้อตกลง และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการเลี้ยงเปิดเนื้อภายใต้ระบบตลาดข้อตกลง วิจัยโดยการรวบรวมและพัฒนาองค์ความรู้ และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการเลี้ยงเปิดเนื้อภายใต้ระบบตลาดข้อตกลงในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกและภาคกลางของประเทศไทย

ผลการศึกษา พบว่า การเลี้ยงเปิดเนื้อภายใต้ระบบตลาดข้อตกลงของประเทศไทยโดยทั่วไปเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อน้อยราย มี 3 ประเภท คือ กลุ่มบริษัทธุรกิจเปิดเนื้อครบวงจร กลุ่มผู้เลี้ยงเปิดเนื้อที่มีสัญญาผูกพันแบบประกันราคา และกลุ่มผู้เลี้ยงเปิดเนื้อที่มีสัญญาผูกพันแบบจ้างเลี้ยง สำหรับสภาพการประกอบธุรกิจการเลี้ยงเปิดเนื้อภายใต้ระบบตลาดข้อตกลงระหว่างคู่สัญญา คือ เกษตรกรรายย่อยกับผู้ซื้อหรือผู้จ้างเลี้ยง พบว่า ผู้ซื้อหรือผู้จ้างเลี้ยงแบ่งได้เป็น 3 ภาคส่วน ประกอบด้วย บริษัทเอกชน ฟาร์มผู้เลี้ยงเปิดเนื้ออิสระ และฟาร์มเอเยนต์ โดยรูปแบบข้อตกลงด้านการตลาดมีเพียง 2 รูปแบบ คือ แบบประกันราคา และแบบจ้างเลี้ยง ทั้งนี้ ทั้ง 2 รูปแบบพบเฉพาะในภาคส่วนของบริษัทเอกชน และฟาร์มผู้เลี้ยงเปิดเนื้ออิสระ ส่วนฟาร์มเอเยนต์มีระบบตลาดข้อตกลงเพียงอย่างเดียว คือ แบบประกันราคา สำหรับโครงสร้างและวิธีการผลิตและวิธีการตลาดเปิดเนื้อภายใต้ระบบตลาดข้อตกลงของบริษัทเอกชน พบว่า มีเปิดเนื้อที่เลี้ยงเพื่อจำหน่ายที่เป็นฟาร์มของบริษัท ร้อยละ 30 และฟาร์มสัญญาผูกพัน ร้อยละ 70 ในส่วนของฟาร์มสัญญาผูกพันได้มีคู่สัญญาที่เป็นเกษตรกรรายย่อย ร้อยละ 40 และคู่สัญญาที่เป็นฟาร์มเอเยนต์ ร้อยละ 30 ทั้งนี้ราคาประกันที่เป็นไปได้และเกิดประโยชน์กับคู่สัญญา คือ กิโลกรัมละ 45-47 บาท เมื่อพิจารณาถึงภาคส่วนที่เป็นฟาร์มผู้เลี้ยงเปิดเนื้ออิสระ พบว่า ฟาร์มผู้เลี้ยงเปิดเนื้ออิสระเลี้ยงเปิดจำหน่าย ร้อยละ 40 และทำสัญญาผูกพันกับเกษตรกรรายย่อย ร้อยละ 60 และราคาประกันที่เหมาะสมกับคู่สัญญา คือ กิโลกรัมละ 53-56 บาท ส่วนฟาร์มเอเยนต์นั้น พบว่า ฟาร์มเอเยนต์มีคู่สัญญา 2 ต่อ คือ ทำสัญญาผูกพันกับบริษัทเอกชน จำหน่ายปัจจัยการผลิต และทำสัญญาผูกพันแบบประกันราคากับเกษตรกรรายย่อย โดยราคาที่เหมาะสมกับคู่สัญญาที่เป็นเกษตรกรรายย่อย คือ กิโลกรัมละ 50-55 บาท ส่วนราคาจ้างเลี้ยงที่เหมาะสมสำหรับคู่สัญญา คือ อย่างน้อย ตัวละ 10 บาท ประโยชน์ที่พบมากที่สุดในระบบตลาดข้อตกลงสำหรับเกษตรกรคู่สัญญา คือ เกษตรกรไม่ต้องรับภาระความเสี่ยงด้านตลาดและราคา เนื่องจากการประกันราคาทั้งปี และได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการจัดการเลี้ยงตามมาตรฐานฟาร์ม ส่วนจุดอ่อนที่พบมากที่สุด คือ ความเสี่ยงด้านการลงทุน และได้ผลตอบแทนที่จำกัด ส่วนประโยชน์ที่ผู้ซื้อหรือผู้จ้างเลี้ยงพบมากที่สุด คือ สามารถวางแผนการผลิตได้ล่วงหน้า และประหยัดเงินลงทุน ปัญหาที่พบมากที่สุดในด้านการผลิตภายใต้ระบบตลาดข้อตกลง คือ ต้นทุนการผลิตสูง ส่วนปัญหาด้านการตลาดที่พบมากที่สุด คือ การขาดการสนับสนุนด้านการตลาดข้อตกลงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แนวทางในการพัฒนาการเลี้ยงเปิดเนื้อภายใต้ระบบตลาดข้อตกลงในส่วนผู้เลี้ยงที่เป็นเกษตรกรรายย่อยควรดำเนินการด้าน 1) สันเชื่อในการลงทุน 2) ส่งเสริมการจัดฟาร์มให้ได้มาตรฐาน 3) ส่งเสริมการผลิตอาหารสัตว์จากวัสดุท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อต่อรอง และ 5) ส่งเสริมการทำงานเครือข่ายระหว่างเกษตรกรรายย่อย สำหรับผู้ซื้อหรือผู้รับซื้อ หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินการโดย 1) วิจัยและพัฒนาเพื่อลดต้นทุนและการนำเข้า 2) ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จและแก้ไขปัญหาที่ทันการณ์ 3) ควบคุมราคาอาหารสัตว์ตามสถานะที่เป็นจริง 4) ลดภาษีนำเข้าอาหารสัตว์ 5) ลดการส่งออกวัตถุดิบ และ 6) ปรับปรุงระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนย้าย